

Las pantallas de LG visten el “Times Square” español

Los Cines Callao City Lights han renovado la cartelera digital del denominado “Times Square” español con las nuevas pantallas de LG. Este proyecto, ejecutado en colaboración con Telefónica, es la muestra de la apuesta de LG por la cartelera digital, uno de los pilares de su estrategia para el segmento profesional. La compañía dio a conocer este proyecto y compartió la estrategia de la unidad Business Solutions con sus *partners* y clientes en el evento “Juntos 5 Smart Green: Tecnología y Eficiencia”, que celebró el pasado día 23 de mayo en los Cines Callao de Madrid.

Rosa Martín

Las nuevas pantallas para cartelera digital en el sector del *retail* fueron uno de los productos que promocionó durante el evento en el que participaron los principales directi-

vos de LG y algunos clientes de la compañía. LG lleva más de 15 años en España dando soluciones y servicios en el ámbito informático, móvil, aire acondicionado y cartelera digital.

Además, desde el principio de este año, proporciona una solución de energía solar. LG Business Solutions destina más de la mitad de su plantilla a gestionar alrededor de



“Con estas dos nuevas pantallas aumentaremos de forma exponencial la calidad de las imágenes”

3.700 proyectos cada año, lo que supone cerca del 20 % de la facturación total en España. “Este último año hemos guiado, apoyado y contribuido al éxito de más de 3.700 proyectos —alrededor de 10 al día—, entre los que hay más de 1.300 oficinas y casi un millar de soluciones de *hospitality*, que nos definen como el *partner* preferido por las constructoras y cadenas hoteleras españolas”, comentó Francisco Ramírez, director general de B2B de LG Electronics España. En la actualidad, los proyectos que más han crecido corresponden al segmento corpora-



tivo y en el último año ha ejecutado 1.300. Le siguen en importancia los verticales de *retail* y restauración (QSR), ya que ha instalado varios miles de pantallas de señalética tanto de interior como de exterior.

Caso de referencia

En este apartado, destaca el proyecto desarrollado para Callo City Lights. La compañía ha renovado las pantallas de los cines Callao, situados en la emblemática plaza madrileña

del Callao, que es la tercera más transitada de Europa y la de más tráfico en España, por la que circulan 113 millones de personas al año, lo que hace que sea el “Times Square” español.

Callao City Lights, además de la gestión de los cines, es pionera en publicidad digital de gran formato en centros urbanos, gracias a sus dos grandes pantallas exteriores, que están dotadas de las últimas novedades tecnológicas como una de las plataformas de realidad aumentada más avanzada del mercado, creada en colaboración con Wildbytes.

En 2011 estrenó las primeras pantallas digitales de gran formato en una ciudad española, y en 2016 incorporó la plataforma de realidad aumentada. Ahora vuelve a dar un paso más en el terreno de la publicidad exterior digital de la mano de LG. Ha instalado dos nuevas pantallas de tecnología LED de última generación con *pixel pitch* de 6 mm.,



lo que supone duplicar prácticamente la resolución de las imágenes.

La pantalla de Callao tiene unas dimensiones de 102 m² y ofrece una resolución de 1696x1664 píxeles; mientras que la pantalla de Gran Vía tiene un tamaño de 130 m² y

ofrece una resolución de 2144x1664 píxeles. Estas pantallas triplican el contraste de las imágenes, aumentarán la profundidad de color (16 *bits*) y el nivel de brillo mejorará en más de un 70 % con respecto a las anteriores pantallas.



Los nuevos soportes ofrecerán, por tanto, imágenes con mayor nitidez y calidad, asegurando además la emisión del color original de las mismas. Las imágenes tendrán más contraste y luminosidad (6.000 nits) y su tasa de refresco alcanzará los 4.000Hz, lo

que permitirá obtener una imagen libre de parpadeo en el fotografiado de las retransmisiones realizadas en las pantallas.

Otras de las ventajas de las pantallas es que permitirán el control permanente de la emisión y la monitorización en tiempo real del

contenido. Y además serán más eficientes desde el punto de vista energético.

El objetivo de la compañía con esta renovación es mejorar las opciones que brindan las pantallas como interactividad, realidad aumentada y retransmisiones en directo.

“Con estas dos nuevas pantallas aumentaremos de forma exponencial la calidad de las imágenes, con el objetivo de ofrecer a las marcas la mejor opción para difundir su publicidad y sus acciones especiales en un lugar tan privilegiado para la ciudad como la plaza del Callao”, resaltó Josué Reyzábal, consejero delegado de Callao City Lights.

“Más de 70 años de innovación tecnológica, y otros tantos ofreciendo soluciones y servicios a particulares y empresas de todo el mundo, definen a LG como un *partner* sólido para acompañar a los negocios en sus retos actuales y en una garantía de éxito. Callao City Lights es un gran ejemplo de esto”, añadió Ramírez.